

**迅銷有限公司 2016 年度第一季度 ( 2015 年 9-11 月 ) 業績概要**

**綜合業績**

(單位：億日圓)

	2015年8月止年度	2016年8月止年度			
	第1季度實值	第1季度實值	按年變動	全年度預計	按年變動
收益	4,795	5,203	+8.5%	18,000	+7.0%
毛利	2,532	2,662	+5.1%	-	-
(佔收益比率)	52.8%	51.2%	(-1.6p)	-	-
銷售、一般及行政開支	1,680	1,906	+13.5%	-	-
(佔收益比率)	35.0%	36.6%	(+1.6p)	-	-
經營溢利	913	759	-16.9%	1,800	+9.4%
(佔收益比率)	19.1%	14.6%	(-4.5p)	10.0%	(+0.2p)
所得稅前溢利	1,067	776	-27.2%	1,800	-0.4%
(佔收益比率)	22.3%	14.9%	(-7.4p)	10.0%	(-0.7p)
母公司擁有人應佔溢利	688	480	-30.2%	1,100	-0.0%
(佔收益比率)	14.4%	9.2%	(-5.2p)	6.1%	(-0.4p)

**集團各事業業績**

(單位：億日圓)

		2015年8月止年度	2016年8月止年度	
		第1季度實值	第1季度實值	按年變動
日本UNIQLO	收益	2,326	2,309	-0.7%
	經營溢利	511	448	-12.4%
	(佔收益比率)	22.0%	19.4%	(-2.6p)
海外UNIQLO	收益	1,680	1,969	+17.2%
	經營溢利	243	208	-14.2%
	(佔收益比率)	14.5%	10.6%	(-3.9p)
全球品牌	收益	781	918	+17.4%
	經營溢利	95	124	+29.7%
	(佔收益比率)	12.2%	13.5%	(+1.3p)

**【業績概要】2016 財政年度第一季度錄得收益增長、溢利下降**

■ **綜合業績：全球品牌業務錄得收益及溢利雙增長**

迅銷有限公司 2016 財政年度第一季度 ( 截至 2015 年 11 月底止 ) 綜合收益上升，但經營溢利錄得下降，其中綜合收益達 5,203 億日圓，較上年度同期增長 8.5%，綜合經營溢利為 759 億日圓，較上年度同期減少 16.9%。以各事業分部來看，全球品牌事業分部錄得收益、溢利雙增長；日本 UNIQLO ( 優衣庫 ) 事業分部錄得收益、溢利雙下降；海外 UNIQLO ( 優衣庫 ) 業務則錄得收益增長，而溢利下降。此外，其他收入、開支以及融資收入淨額項下匯兌收益較日圓出現大幅貶值的上年度同期減少 189 億日圓，因而使第一季度所得稅前綜合溢利縮減 290 億日圓，成為 776 億日圓。

■ **日本 UNIQLO ( 優衣庫 )：暖冬導致冬季商品銷售陷入苦戰，溢利未及預期錄得下降**

9 月和 10 月期間，秋冬商品一推出時市場反應理想，同店銷售淨額錄得增長，然而因 11 月較往年大幅升溫，冬季必需品的銷售陷入苦戰，使收益錄得大幅下降。在溢利方面，11 月加大了折扣促銷力度，導致毛利率下降，加上銷售表現未及預期，致使銷售、一般及行政開支對收益比率上升，經營溢利因而錄得 12.4% 的下降。

■ **海外 UNIQLO (優衣庫): 同日本般受暖冬影響, 溢利未及預期錄得下降**

受北半球暖冬影響, 大中華地區(中國內地、香港、台灣)、南韓、美國的同店銷售淨額均錄得下降, 使得這些地區的業績表現遜於預期, 收益下降。截至2015年11月底, 海外UNIQLO(優衣庫)的門店總數共計864間, 較上年度11月底時增加169間, 也意味著UNIQLO於2001年秋季首度走出海外在英國倫敦開設第一間門店後第15個年頭, 位於海外UNIQLO的門店總數已超過於日本的門店總數。

■ **全球品牌: 收益及溢利雙雙增長高於預期, GU(極優)銷情強勁**

全球品牌事業分部中, GU(極優)表現優於預期, 錄得收益及溢利雙增長; Theory 溢利略為下降; J Brand 赤字則持續擴大。

■ **2016 全年度綜合業績預測: 向下修正**

展望未來, 2016年財政年度(截至2016年8月止)集團綜合業績收益預估將達18,000億日圓, 較上年度增長7.0%; 經營溢利將達1,800億日圓, 較上年度增長9.4%; 母公司擁有人應佔年內溢利將達1,100億日圓, 略低於上年度, 但減幅在0.0%範圍內; 預期基本每股盈利(EPS)為1,079.01日圓。以上數據較先前公布的預估數值略有調整, 其中收益、經營溢利、母公司擁有人應佔年內溢利, 分別向下修正1,000億日圓、200億日圓, 及50億日圓。集團預計全年每股股息為370日圓。

\*\*\*\*\*

**業績概要**

■ **日本 UNIQLO (優衣庫): 暖冬導致冬季商品銷售陷入苦戰, 溢利未及預期錄得下降**

日本UNIQLO於2016年財政年度第一季度的表現低於預期, 收益及溢利均較上年度同期錄得下跌, 其中收益為2,309億日圓(減少0.7%), 經營溢利為448億日圓(減少12.4%)。在收益方面, 第一季度網路商店銷售收入雖較上年度增加23.2%, 但因同店銷售收入較上年度減少2.3%, 致使收益下降。9月及10月, 秋冬季商品如茄士咩針織衫、merino針織衫、寬版褲及寬腳褲開售反應理想, 銷售強勁, 因而帶動同店銷售上升。然而, 11月氣溫較往年異常升高, 壓抑冬季商品的需求, 以致收益大幅下滑。在溢利方面, 於11月進行冬季商品促銷大特賣, 致使第一季度毛利率下降, 加上銷售低於預期, 使銷售、一般及行政開支對收益比率增加, 因而造成溢利下降。2015年11月底, 日本UNIQLO直營門店總數(不包括38間特許經營門店)為806間, 較上年度淨減少18間, 其中10間門店乃由直營門店轉為新的僱員特許經營門店。

■ **海外 UNIQLO (優衣庫): 同日本般受暖冬影響, 溢利未及預期錄得下降**

海外UNIQLO於第一季度的表現亦未能達標, 儘管收益錄得增加, 惟溢利錄得下跌。其中收益為1,969億日圓, 較上年度增加17.2%; 經營溢利208億日圓, 減少14.2%。全球異常偏暖的冬季氣候尤其對大中華(中國內地、香港及台灣)、南韓及美國等地區UNIQLO的同店銷售造成不利影響, 以致這些地區第一季度表現低於預期, 溢利均錄得下跌。與此同時, 歐洲地區UNIQLO的收益及溢利雙雙呈現較預期為高的增長; 東南亞及大洋洲UNIQLO表現一如預期, 錄得穩定經營溢利。第一季度期間海外UNIQLO如預期以大中華及東南亞地區為中心開設66間新門店。因此, 於2015年11月30日時, 海外UNIQLO的門店總數較上年度同期增加169間, 共達864間。UNIQLO於2001年秋季首度走出海外在倫敦開設第一間門店後第十五個年頭, 於2015年11月, 海外UNIQLO的門店數目已超過日本UNIQLO的門店數目。此外, 為扭轉美國UNIQLO持續錄得經營虧損的狀況, 我們將以集中在大都市開設新門店及擴大電子商務為新策略。因此, 去年10月分別在芝加哥開設佔地4,100平方米的旗艦店, 並於東岸波士頓開設新門店, 以提升UNIQLO品牌的知名度。在歐洲, 我們亦於10月在安特衛普(Antwerp)開設於比利時的第一家門店, 業績理想。

■ **全球品牌: 收益及溢利雙雙增長高於預期, GU(極優)銷情強勁**

全球品牌於第一季度的表現超乎預期, 收益較上年度增長17.4%至918億日圓, 而經營溢利亦較上年度增長29.7%至124億日圓。全球品牌事業分部中, GU時尚休閒服品牌表現優於預期, 收益及溢利均錄得大幅增

長。在寬腳褲、baggy針織衫及針織裙褲等主力商品銷售強勁帶動下，GU同店銷售錄得雙位數增長。此外，受到美國奢侈品市場消費不振影響，時尚品牌Theory溢利出現下降，而優質牛仔布品牌J Brand赤字則進一步擴大。同時，受到11月巴黎恐怖襲擊事件影響，部分門店暫停營業，法國時尚女裝品牌Comptoir des Cotonniers錄得溢利下降，Princesse tam.tam則仍維持與上年度同期相仿的赤字水平。

### ■ 2016 全年度綜合業績預測：向下修正

展望未來，2016年財政年度（截至2016年8月止）集團綜合業績收益預估將達18,000億日圓，較上年度增長7.0%；經營溢利將達1,800億日圓，較上年度增長9.4%；母公司擁有人應佔年內溢利將達1,100億日圓，略低於上年度，但減幅在0.0%範圍內；預期基本每股盈利（EPS）為1,079.01日圓。以上數據較先前公布的預估數值略有調整，其中收益、經營溢利、母公司擁有人應佔年內溢利，分別向下修正1,000億日圓、200億日圓，及50億日圓。集團預計全年每股股息為370日圓。最新的全年度預測值考慮及日本及海外UNIQLO（優衣庫）業績在第一季度表現不若預期，以及預料其毛利率將於第二季度惡化等。以上預測並未考慮發生匯兌損益的可能性。預計全年每股股息依然為370日圓，其中包括中期派息185日圓、期末派息185日圓。

投資者(IR)信息：如欲查詢更多有關本公司的業績與相關資訊，請參考以下網頁：

（英文）：<http://www.fastretailing.com/eng/ir/>

（日文）：<http://www.fastretailing.com/jp/ir>